

Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik Rcti Episode 96 Terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya

Oleh:

Debby Sinthya; Drs. Dwinarko, MM., MH; Astuty Pohan, S.Sos., M.M

ABSTRAK

Penelitian ini tentang Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik RCTI Terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi warga saat menonton tayangan program sitcom Dunia Terbalik dan bagaimana pengaruh daya tarik program tersebut terhadap persepsi warga. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner, skala likert, validitas dan reabilitas. Berdasarkan hasil dari uji simultan menunjukkan pengujian terhadap Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik RCTI (X) dengan Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya (Y), dapat diketahui bahwa Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik RCTI berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya.

Kata kunci : *Daya Tarik, Dunia Terbalik, Persepsi*

ABSTRACT

This research is about The Attractiveness of the Reversed World Sitcom Program RCTI to Perception House of Residents Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya and aims to find how the perception residents while a watching sitcom program impressions the world reversed and how influence the attractiveness of program to residents perception. This research is a quantitative by using questionnaire data collection method, likert scale, validity and reability. Based on the results of a simultaneous test that is The Attractiveness of The Reversed World Sitcom Program RCTI (X) with Perception House of Residents Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya (Y), it can be seen that The Attractiveness of The Reversed World Sitcom Program RCTI has a significant effect on the Perception House Of Residents Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya.

Keywords : The Attractiveness, Reversed World, Perception.

PENDAHULUAN

Setiap manusia selalu berkomunikasi dengan orang lain, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Komunikasi menjadi bagian kehidupan manusia untuk saling memberikan informasi atau berita. Menurut Laswell komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang mempunyai efek tertentu (Effendy, 2005:10). Berkembangnya komunikasi, manusia mulai merubah cara berkomunikasi dengan menggunakan sebuah media baik cetak maupun elektronik. Jaman modern informasi yang disampaikan bisa dengan mudah dan cepat dengan menggunakan media komunikasi massa seperti koran, radio, dan televisi. Era teknologi, televisi menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan di kehidupan manusia.

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audio visual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu (Baksin, 2006:16). Televisi Indonesia adalah sebuah stasiun televisi yang dapat dinikmati di Negara Indonesia berjumlah 18 televisi diantaranya 1 televisi pemerintah dan 17 televisi swasta. Televisi Indonesia di perkenalkan pada tahun 1962 yang bertepatan dengan *Asian Games IV* di Jakarta. Televisi pertama yang dimiliki Indonesia adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI) diresmikan oleh Soekarno pada 24 Agustus 1962.

Pada tahun 1989, pemerintah mengeluarkan ijin siaran terhadap stasiun televisi swasta. Stasiun televisi swasta pertama adalah Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) pada 24 Agustus 1989, Surya Citra Televisi (SCTV) pada bulan Agustus 1989, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada 23 Januari 1991 (pada tahun 2011 TPI berubah nama menjadi MNCTV), Andalas Televisi (ANTV) pada tahun 1993, dan Indosiar pada tahun 1995. Pada tahun 2001 mulai muncul stasiun televisi swasta lainnya seperti Metro TV, Trans TV, TV 7 (Trans 7, 2011), Global TV, Lativi (TV One, 2008) dan lain-lain (komunikasi.us/index.php/course/6047-perkembangan-televisi-dari-masa-ke-masa-3, diakses pada tanggal 12 Mei 2012).

Program televisi adalah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetika dan artistik yang berlaku (Azhar Arsyad, 2006:51). Program

televisi banyak macam *genre* (aliran) seperti berita, musik, permainan (*Reality Show*), sinetron, dan lain-lain. Salah satu program acara televisi cukup menarik perhatian saat ini adalah genre komedi. Komedi situasi dalam Bahasa Inggris disebut *Situation Comedy* atau yang dikenal dengan sitkom merupakan salah satu *genre* komedi yang berasal dari radio, dan sekarang banyak dijumpai di televisi. Sitkom biasanya terdiri dari karakter yang selalu sama dengan hanya satu latar seperti rumah atau tempat kerja (Dalton, 2012:15).

Sitkom pertama yang ditayangkan televisi adalah *Pinwright's Progress* dengan 10 episode di BBC Britania Raya pada tahun 1946 hingga 1947. Sitkom selanjutnya yaitu *I Love Lucy* di Amerika Serikat yang merupakan sitkom terkenal dan terlama dari tahun 1950 hingga 1970 an (www.lib.berkeley.edu/MRC/tvcomedy.html). Sementara, pertelevisian Indonesia juga menayangkan sitkom Pepesan Kosong pada tahun 1993 di TPI yang dibintangi oleh Nazar Amir, Yannie Wulandari, Dorman Borisman, Malih Tong Tong, Bolot, dan lain-lain. Sitkom Indonesia yang terkenal yaitu Warkop DKI yang disebut-sebut sebagai sitkom legendaris Indonesia pada tahun 90 an.

Salah satu stasiun televisi swasta Indonesia yang kini sering menayangkan program sitkom yaitu stasiun Rajawali Citra Televisi (RCTI) diantaranya *Office Boy* (OB), *Preman Pensiun*, dan *Tukang Ojek Pengkolan*, yang paling terbaru program sitkom *Dunia Terbalik*. *Dunia Terbalik* adalah program sinetron komedi religi yang mengangkat cerita tentang para suami yang ditinggalkan istrinya untuk bekerja di luar negeri. *Dunia Terbalik* bercerita tentang Akum (Agus Kuncoro), Aceng (Sutan Simatupang), Idoy (Bembeng) dan satu musuh bebuyutan Aceng, Dadang (Indra Birowo). Mereka memiliki tugas mendidik anak serta mengurus urusan rumah tangga yang biasanya menjadi urusan para wanita. Sementara, istrinya yang menafkahi keluarga. Cerita ini menceritakan masyarakat Jonggol, Bogor.

Penulis mengambil cerita *Dunia Terbalik* episode 96 pada tanggal 20 April 2017, dalam tayangan ini Atem (Happy Salma) istri dari Idoy (Bembeng) kembali bekerja setelah di ijin cuti liburan. Atem harus kembali meninggalkan anak dan suami selama satu bulan. Tayangan ini juga menceritakan sekelompok suami diketuai oleh Bos Idan (Asep Suhendar), yang kerjaannya cuma menunggu transferan uang dari istri mereka masing-masing dan memamerkan kepada Akum, Aceng, Idoy dan Dadang. Dilihat dari kelompok suami tersebut fisik dan usia masih bisa untuk bekerja dan mencari nafkah. Alur cerita tersebut

menjadi daya tarik penonton dimana kehidupan nyata berbanding terbalik di sinetron Dunia Terbalik.

Daya tarik adalah isi pesan sebuah tayangan meliputi daya tarik rasional, emosional dan moral. Daya tarik rasional menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat, sedangkan daya tarik emosional mencoba membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk. Daya tarik moral diarahkan pada perasaan seseorang sehingga sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial (Sindoro, 1996:81). Tayangan sitkom tersebut menimbulkan persepsi atau perbedaan pandangan oleh masyarakat. Menurut John M. Ivancevich, dkk (2006:116), persepsi sebagai proses kognitif dimana seseorang individu memilih, mengorganisasikan, dan memberikan arti kepada stimulus lingkungan.

Menurut pendapat dari warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004, Ibu Paria selaku ketua Rt 15 (48 tahun) mengatakan bahwa:

“Dunia Terbalik berbeda dengan kehidupan nyata yang biasanya suami bekerja mencari nafkah dan istri yang mengurus rumah tangga. Suami seharusnya bertanggung jawab, istrinya juga mau saja bekerja sedangkan suami enak-enakan dirumah”.

Tanggapan yang sama juga dikemukakan oleh Saridah (23 tahun) yang mengatakan:

“tugas wajib si istri itu mendidik anak dan ngurus rumah, sedangkan tugas suami kan memang wajib mencari nafkah. Suami ngurus anak semaunya misalnya istri sakit paling suami ngurus anak cuma lama 2 jam setelah itu diserahkan istrinya, pekerjaan rumah pun bakal terbengkalai jika suami yang ngurus”.

Perbedaan ditemukan antara sinetron Dunia Terbalik dengan kehidupan nyata, yang di mana suami bertanggung jawab mencari nafkah untuk istri dan anaknya. Sedangkan tugas istri ialah mendidik dan mengurus keperluan rumah tangga. Daya tarik dari program tersebut menimbulkan persepsi yang berbeda dari pandangan masyarakat. Berdasarkan pada latar belakang diatas penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik RCTI Terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya,

yaitu : (1) Alur cerita sitkom Dunia Terbalik yang berbeda dengan keadaan nyata masyarakat. (2) Jam tayang sitkom Dunia Terbalik merupakan jam tayang *prime time* sehingga ditonton oleh kebanyakan masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini : Apakah Ada Daya Tarik Program Sitkom Dunia Terbalik RCTI terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya?

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi massa menurut Tan dan Wright dalam Liliweri (1991), merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh berpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Wahyuni, 2014:2). Menurut Rakhmat (2005:219), ada 3 efek komunikasi massa yaitu: (1) Efek Kognitif yaitu efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak, efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. (2) Efek Afektif yaitu efek ini timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, maupun yang tidak disenangi khalayak, efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai. (3) Efek Konatif/Behavioral yaitu efek ini merupakan efek yang kadarnya paling tinggi, efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi tindakan, kegiatan atau kebiasaan perilaku.

Bila dikaitkan dengan penelitian penulis, maka penulis mengacu pada efek kognitif. Karena berdasarkan definisi diatas efek kognitif lebih berhubungan dengan perubahan apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsikan khalayak. Berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Menurut Effendy (2007:313), media massa adalah alat yang digunakan untuk berkomunikasi yang memiliki ciri khas, yakni kemampuan memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*) yakni pers, radio, televisi, dan film.

Menurut Benyamin B. Wolman yang dikutip Jalaludin Rakhmat dalam *Psikologi Komunikasi*, daya tarik adalah hasil dari proses penginderaan, karena melalui alat indera manusia dapat merasakan pengalaman elementer yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, dan konseptual (Jalaludin, 2001:49). Menurut Sugihartono (2007:8) dalam bukunya *Psikologi Pendidikan*, persepsi adalah

kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia.

Hutagalung mengatakan teori kultivasi dalam buku *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi* (2015:48), bahwa teori kultivasi dikembangkan untuk menjelaskan dampak menonton televisi pada persepsi, sikap dan nilai-nilai individu terhadap realitas sosial.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Berdasarkan konsep teori yang diuraikan pada tinjauan pustaka tersebut, penulis mengajukan hipotesis yang akan diuji, yaitu:

Ho : Tidak ada daya tarik pada program sitkom Dunia Terbalik terhadap persepsi warga Perumahan Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya.

Ha : Ada daya tarik pada program sitkom Dunia Terbalik terhadap persepsi warga Perumahan Borobudur RT 15 RW 004 Aren Jaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Sugiyono (2011:6) bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan

buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mendedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Populasi menurut Bungin (2005:99) berasal dari bahasa Inggris yaitu *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Hal tersebut ada benarnya juga, karena itulah makna kata populasi yang sesungguhnya. Populasi yang penulis jadikan penelitian ini adalah warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya berjumlah 121 Orang.

Penulis menggunakan teknik penarikan *Simple Random Sampling*, merupakan teknik paling sederhana karena pengambilan anggota sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014:82).

Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Variabel X Daya Tarik Program	Isi Pesan	<input type="checkbox"/> Rasional <input type="checkbox"/> Emosional <input type="checkbox"/> Moral	Skala Likert
Variabel Y Persepsi	Kesan	<input type="checkbox"/> Penyerapan <input type="checkbox"/> Pemahaman <input type="checkbox"/> Penilaian	Skala Likert

Tabel.1. Operasional Variabel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2011:142). Lokasi yang ditetapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah Perumahan Borobudur Rt 015 Rw 004, kelurahan Aren Jaya. Waktu Penelitian dimulai pada tanggal 22 Februari 2017.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Hasil pengolahan data menunjukkan sebagian besar responden berusia antara 26 hingga 40 tahun yaitu sebanyak 30 orang atau 54,55%, sedangkan responden berusia 19 hingga 25 tahun sebanyak 25 orang (45,45%). Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (35 orang atau 63,64%) sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang (36,36%).

Berdasarkan interpretasi hasil pengolahan data pada tabel 4.7 Variabel X (Daya Tarik Program Dunia Terbalik) secara keseluruhan, nilai rata-rata dari skor Variabel X mencapai 3,86 atau berada dalam kategori Baik. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum acara sitkom “Dunia Terbalik” telah memiliki Daya Tarik program yang baik terhadap *audience*.

Berdasarkan interpretasi hasil pengolahan data pada tabel 4.8 Variabel Y (Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya) secara keseluruhan, nilai rata-rata dari skor Variabel Y mencapai 3,64 atau berada dalam kategori Baik. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi yang baik terhadap acara sitkom “Dunia Terbalik”.

Berdasarkan persamaan regresi, diperoleh nilai sebagai berikut :

a = Konstanta sebesar 5,581, artinya jika tidak terdapat daya tarik program, maka persepsi warga akan bernilai tetap sebesar 5,581.

β_1 = Nilai koefisien regresi variabel X1 (Daya Tarik Program) adalah sebesar 0,797.

Hasil Uji Determinasi pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai korelasi antara Variabel X (Daya Tarik Program Dunia Terbalik) dengan Variabel Y (Persepsi) adalah sebesar 0,736. Berdasarkan kategori nilai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2012), nilai tersebut berada dalam rentang 0,60 – 0,80 atau dalam kategori tinggi. Dengan demikian, variabel X (daya tarik program Dunia Terbalik) memiliki hubungan yang tinggi dengan variabel Y (persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya). Selanjutnya nilai Koefisien Korelasi tersebut dikuadratkan (nilai *R Square*) dan diperoleh nilai 0,541 atau 54,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X (Daya Tarik Program Dunia Terbalik) mempengaruhi Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya sebesar 54,1%, sedangkan sebesar 45,9% sisanya adalah pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.11, pengaruh Daya Tarik Program Dunia Terbalik terhadap Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya diperoleh nilai thitung = 7,911. Karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ($7,911 > 2,005$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari Daya Tarik Program terhadap Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penulis melakukan penelitian di Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya dengan jumlah populasi sebanyak 121 orang yang kemudian diambil sampel dengan menggunakan rumus slovin yang menghasilkan sebanyak 55 orang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Februari 2017 dengan pengolahan data melalui penyebaran kuesioner kepada warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya yang penulis jadikan responden. Sehingga hasil dari pengolahan data melalui SPSS versi 24 menghasilkan pernyataan yang valid dan reliable untuk variabel X yaitu Daya Tarik Program Dunia Terbalik dan variabel Y yaitu Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya.

Setelah data diolah dan melihat variabel-variabel dan instrument penelitian serta teori-teori yang menunjang untuk penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengolahan data

pada tabel 4.11 diketahui untuk uji hipotesis pengaruh Daya Tarik Program Dunia Terbalik terhadap Persepsi Warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya diperoleh nilai thitung = 7,911. Karena nilai thitung lebih besar dari ttabel ($7,911 > 2.005$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari Daya Tarik Program Dunia Terbalik terhadap Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya.

Hasil Uji Determinasi pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai korelasi antara Variabel X (Daya Tarik Program Dunia Terbalik) dengan Variabel Y (Persepsi) adalah sebesar 0,736. Berdasarkan kategori nilai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2012), nilai tersebut berada dalam rentang 0,60 – 0,80 atau dalam kategori tinggi. Dengan demikian, variabel X (daya tarik program Dunia Terbalik) memiliki hubungan yang tinggi dengan variabel Y (persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya).

Nilai Koefisien Korelasi tersebut dikuadratkan (nilai *R Square*) dan diperoleh nilai 0,541 atau 54,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X (Daya Tarik Program Dunia Terbalik) mempengaruhi Persepsi warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya sebesar 54,1%, sedangkan sebesar 45,9% sisanya adalah pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Setelah melakukan penelitian, menganalisa serta menyimpulkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut : (1) Bagi RCTI penulis memberikan saran agar bisa tetap konsisten pada jam siar yang sudah terjadwal sebelumnya agar khalayak tidak salah ketika menyaksikan dan bisa ditonton bareng keluarga. (2) Bagi penonton program sitkom Dunia Terbalik khususnya warga Perumahan Borobudur Rt 15 Rw 004 Aren Jaya yang menjadi tempat lokasi penelitian ini. Penulis memberikan saran agar terus menyaksikan sitkom tersebut karena banyak pelajaran tentang kehidupan ketika seorang istri bekerja sebagai TKW untuk mencari nafkah bagi keluarga. (3) Alur cerita program Dunia Terbalik yang mengisahkan kehidupan istri yang mencari nafkah sedangkan suami yang mengurus anak, penulis memberikan agar penonton yang menonton lebih bisa menilai dan selektif untuk menyaksikan bersama anak-anak.

Refrensi

- Arsyad, Azhar. 2006. *Media Pembelajaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalisitik Televisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Dalton, Mary. 2012. *Sitcom Reader, The : America Viewed and Skewed*. SUNY Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- . 2007. *Ilmu Komunikasi : teori dan praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Hutagalung, Inge. 2015. *Teori-teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta : PT. Indeks.
- Ivancevich, John M., Robert Konopaske, Michael T. Matteson. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi Jilid 1*. Jakarta : PT. Erlangga.
- Alo Liliweri, 1991, *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: P.T.. Citra Aditya Bakti.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- . 2005. *Psikologi Komunikasi, edisirevisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sindoro, Alexander. 1996. *Manajemen Personalia*. Jakarta : Graha Indonesia.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : UNY Press.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatifdan R&D*. Bandung :ALFABETA CV.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sumber Lain :

komunikasi.us/index.php/course/6047-perkembangan-televisi-dari-masa-ke-masa-3 diakses pada tanggal 12 Mei 2012.

www.lib.berkeley.edu/MRC/tvcomedy.html.

www.kbbi.web.id.

www.mncpictures.com.

www.rcti.tv.